

Strategien für erfolgreiche Medienarbeit im Netz.



Wohin? Was zählt?





Thesen iex 1997:

Neuer Kanal.

Wird sich durchsetzen.

Alle Kanäle beherrschen.

Einfachheit im Fokus

WIDGETS

Freude
beim Nutzen

Asynchrone
Datenkommunikation

Wikis

ZUSAMMENARBEIT

Verschlagwortung
durch Nutzer

TEILEN

RELEVANZ

Nutzerfreundlich

Empfehlungstools

NUTZERZENTRIERT

The Long Tail

Soziale Netze

FOAF

SIXDEGREES

BESTANDIGE ENTWICKLUNG

RISIKOKAPITAL

Blogs

XFN

Mitwirkung

VERTRAUEN

Wirtschaftlich

Partnerprogramme

AGGREGATION

Netz2.0 beta

KOSTEN PRO KLICK

PODCASTING

Audio

IM

Medienübergreifend

DATENINTELLIGENZ

LEBENDIGKEIT

Video

VIDEOCASTING

FEINKÖRNUNG

SEO

Gestaltung

Mobilität

WIFI

UMTS

SYNDIZIERUNG

MODULARITÄT

EINFACHHEIT

Einfacher
Datenaustausch

XML

RSS

Weiterverwendbar

RUBYONRAILS

SOAP REST

Standardisierung

Offene
Schnittstellen

CSS

Trennung von
Form und Inhalt

Datenzentriert

XHTML

BARRIEREFREIHEIT

SEMANTIK

Web Standards

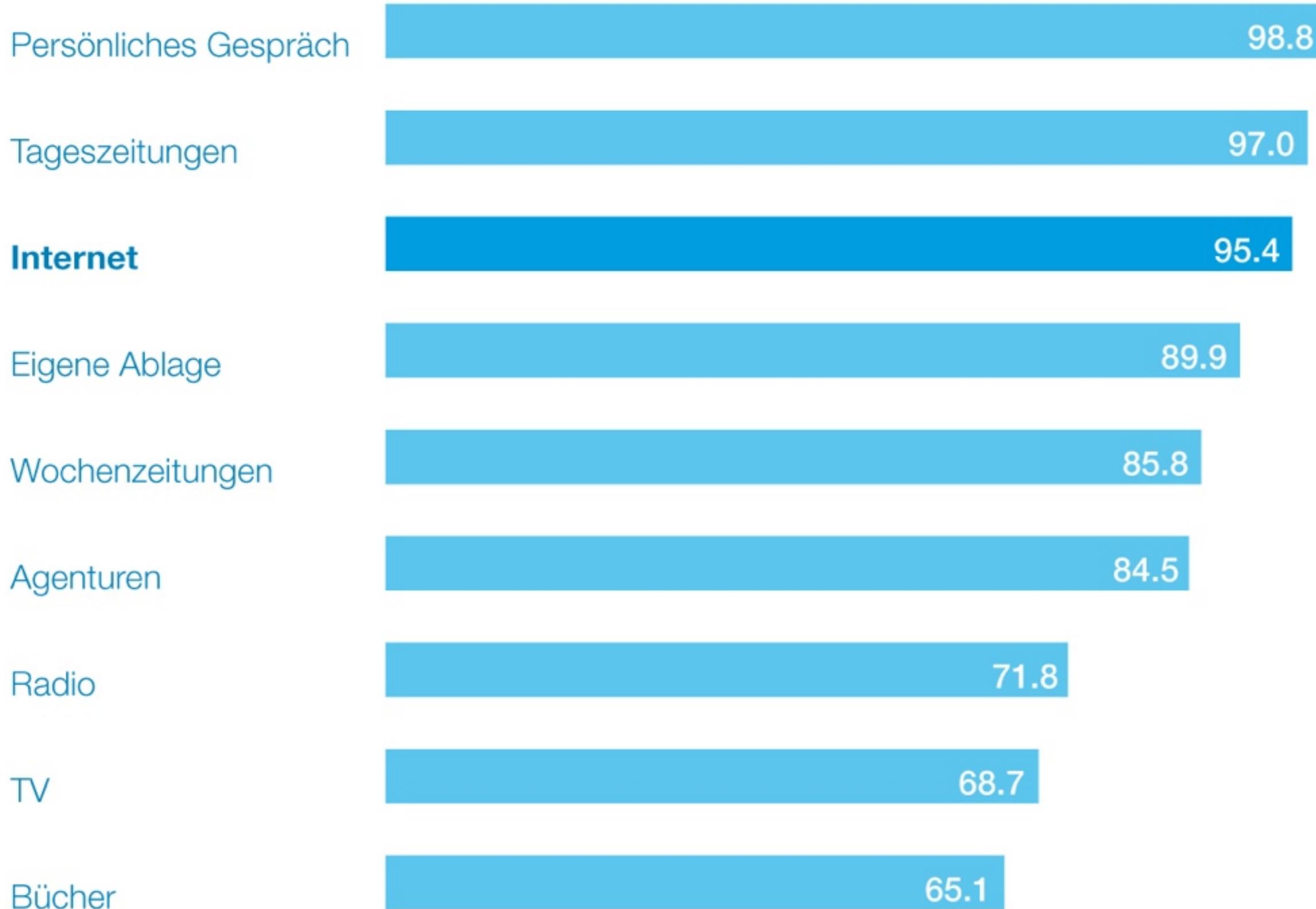
Mikroformate

Thesen 2007

Medienarbeit muss digital werden.



Wie wichtig sind für Ihre Arbeit...



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

Abbildung 4, Medienarbeit im Netz, IAM/Bernet-Studie Journalisten im Internet 2005

Communiqués



Einladung zu Pressekonferenzen



Thesen 2007

**Medienarbeit muss digital werden.
Aber das genügt nicht.**



Kommunikation

	Interne Kommunikation	Medienarbeit	Externe Kommunikation	Ziel
Persönlich	Mitarbeiteranlass, Gespräche, Treffen	Medienanlass, Medienkontakte	Treffen, Anlässe mit Kunden, Multiplikatoren	
Schriftlich	Hauszeitung, Schwarzes Brett, Weisungen, Broschüren	Medien-Doku, Medienversand	Publikationen, Broschüren, Werbung, Direct Mail	
Elektronisch	E-Mail, Intranet, Portal, Team-Weblog, Podcast	E-Mail, Mediencorner, Weblog, Wiki, Podcast	E-Mail, Web-Auftritt, E-Newsletter, Weblog, Podcast	

Abbildung 1, Medienarbeit im Netz, Strategische Einbettung, Marcel Bernet 2006

PR 1.0 E-Mail,
Mediencorner

PR 2.0 ,
Weblog, Wiki,

Ziel



Thesen 2007

**Web 2.0 stellt klassische
Kommunikation auf den Kopf.**



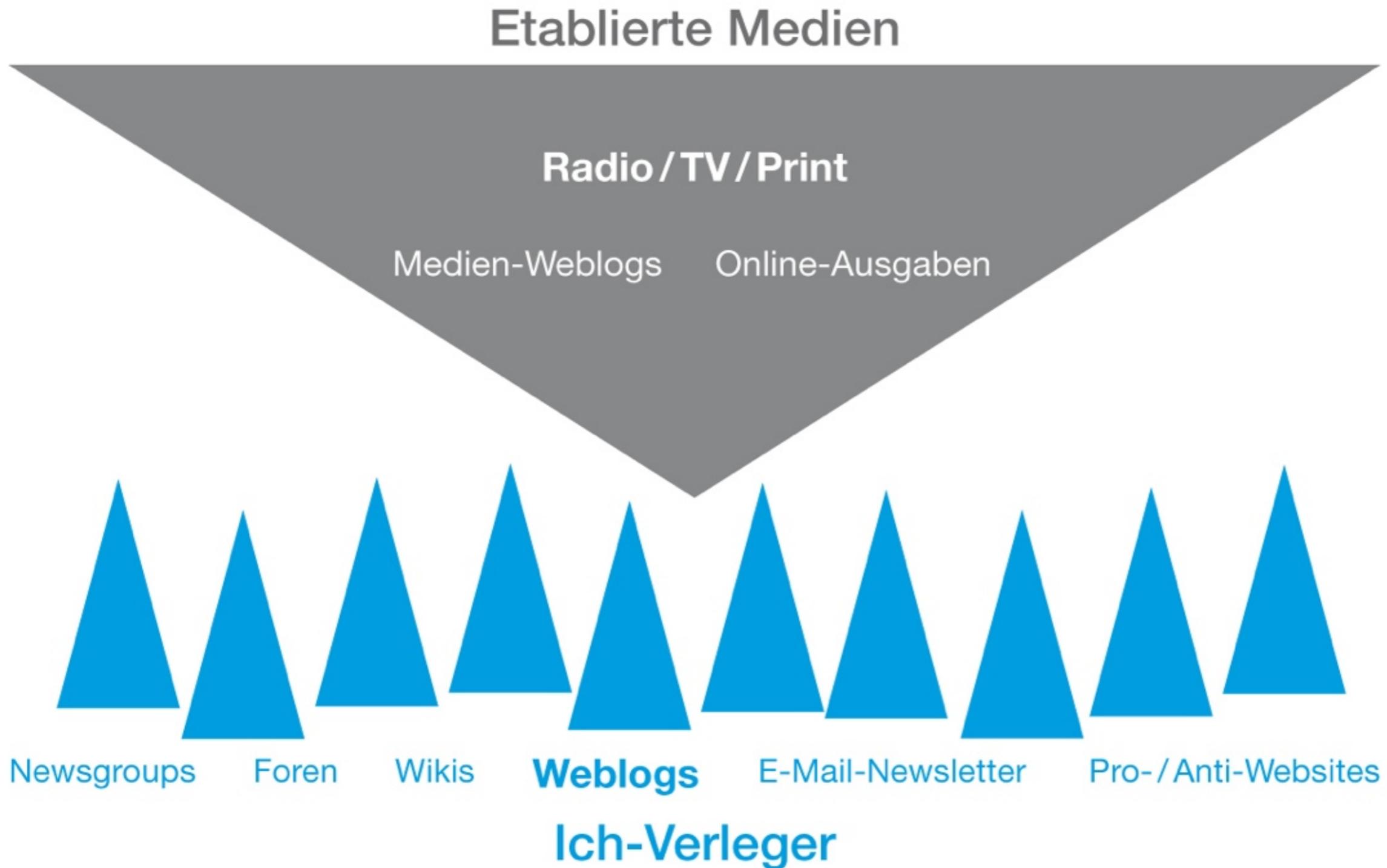


Abbildung 10, Medienarbeit im Netz, Neue Informationspyramide, Marcel Bernet 2006

Thesen 2007

Ich-Verleger bringen Chancen und Risiken für Ihre Reputation.



Engagiert

Zahlreich

Vernetzt

Multiplikatoren

Anstrengend



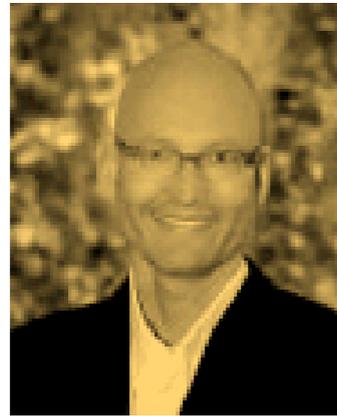
Medienarbeit:

Monitoring

Dialog pflegen

Selbst bloggen



 [Finden](#)

[Seite drucken](#) | [weversenden](#)

bernetblog.ch: Corporate Blogging, Online PR und mehr.

Dran bleiben

Reputation

Permission Marketing



Buch-Blog

«Medienarbeit im Netz» bringt Tipps und Tricks von Weblog bis Wiki. Blog-Einträge zum Buch [hier](#), Info und Bestellung [hier](#).

Blog abonnieren

[RSS](#) [NEWSFEED](#)

oder als wöchentliches E-Mail:

E-Mail Adresse

[Abonnieren](#)

Kategorien

[Menschen](#) (4)

[Corporate Blogging](#) (16)

[Vorträge](#) (7)

[Studien](#) (8)

[PR Alltag](#) (55)

Thesen 2007

Medienarbeit muss digital werden.

Aber das genügt nicht.

**Web 2.0 stellt klassische
Kommunikation auf den Kopf.**

**Ich-Verleger bringen Chancen und
Risiken für Ihre Reputation.**

